

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»

Купцова Ірина Ігорівна

УДК 321. 01: 17.022.1 (477)

**ІМІДЖ-ТЕХНОЛОГІЇ В ПОЛІТИЧНОМУ ПРОЦЕСІ
СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ**

Спеціальність 23.00.02 – політичні інститути та процеси

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата політичних наук

Одеса 2013

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі соціальних теорій Національного університету "Одеська юридична академія" Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник:

доктор історичних наук, професор,
заслужений діяч науки і техніки України
КОРМИЧ Людмила Іванівна,
Національний університет
«Одеська юридична академія»,
завідувач кафедри соціальних теорій

Офіційні опоненти:

доктор політичних наук, професор
БЕБИК Валерій Михайлович,
Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»,
завідувач кафедри суспільно-політичних наук

доктор політичних наук, доцент
ШЕРМАН Олена Михайлівна,
Львівський державний
університет безпеки життєдіяльності
завідувач кафедри гуманітарних дисциплін
та соціальної роботи

Захист відбудеться 20 грудня 2013 року о 11 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.086.02 в Національному університеті «Одеська юридична академія» за адресою: 65009, м. Одеса, вул. Піонерська, 2, ауд. 312.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного університету "Одеська юридична академія" за адресою: 65009, м. Одеса, вул. Піонерська, 2.

Автореферат розісланий 20 листопада 2013 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

А.В. Пехник

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Імідж-технології виступають ефективним інструментом політичного процесу, формування механізму соціального партнерства влади із суспільством. Еволюція політичних явищ, що становить зміст політичного процесу, обумовлюється ефективністю презентації суспільних запитів в іміджевих формах. Впливаючи на порядок зміни владної еліти, імідж-технології визначають структуру та динаміку політичного процесу. Іміджування як фактор диференціації ролей в рамках політичного поля визначає характер перерозподілу політичних ресурсів та розширює межі інтеграції владних та суспільних інститутів. Дослідження імідж-технологій дозволяє впровадити ефективну модель розвитку політичного процесу, що заснована на принципах демократизації політичної сфери в аспекті виведення владного впливу на рівень взаємообміну та соціального діалогу.

Аналіз політичного іміджу з позиції системності його зв'язків в рамках політичної структури дозволяє визначити основні тенденції розгортання вітчизняного політичного процесу. Сфера застосування технологій, що направлені на формування політичного іміджу, охоплює весь спектр політичних процесів. Особливого значення іміджування набуває в контексті розробки виборчої стратегії та реалізації публічного управління. Характерною рисою вітчизняного політичного процесу є персоналізація владного впливу, що супроводжується актуалізацією досліджень в сфері політичного лідерства.

Технологізація політичного процесу виводить на авансцену політологічних досліджень принцип стандартизації процесів управління, які визначають зміст іміджевого позиціонування в умовах сучасної системи суспільної організації. Посилення нормативного регулювання застосування імідж-технологій, зокрема в сфері обмеження деструктивного та маніпуляційного впливу, свідчить про підвищення ролі іміджу у вітчизняній політичній практиці.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи кафедри соціальних теорій Національного університету «Одеська юридична Академія» за темою «Теоретичні та практичні проблеми забезпечення сталого розвитку української державності та права» (№ державної реєстрації – 011U0006H), безпосередньо пов'язане з комплексною науково-дослідною темою кафедри соціальних теорій Національного університету «Одеська юридична академія» «Особливості впровадження теоретичної моделі паритетної демократії у виборчому процесі України» (2011–2012 рр.).

Мета і задачі дослідження. Мета дисертаційного дослідження полягає у визначенні ролі іміджування в сучасному політичному процесі, виявленні технологічних складових іміджевого позиціонування та їх значення в контексті налагодження публічного діалогу. Досягнення зазначеної мети обумовило необхідність вирішення таких завдань::

- проаналізувати процес становлення теорії іміджу у науковому дискурсі;
- виявити сучасні тенденції розвитку теорії політичного іміджу;

- охарактеризувати теоретико-методологічні підходи до розуміння імідж-технологій у сучасному політичному процесі;
- визначити категоріальний апарат іміджелогії;
- систематизувати політико-правову базу застосування імідж-технологій у політичному процесі;
- окреслити механізми та оцінити роль імідж-технологій в процесі легітимації політичної влади;
- з'ясувати специфіку використання імідж-технологій політичного лідерства;
- визначити особливості застосування імідж-технологій в процесі проведення виборчих кампаній;
- сформулювати основи іміджування в процесі функціонування державної влади;
- проаналізувати моделі та характер іміджевого позиціонування і іміджеві технології, впроваджені в процесі парламентських виборів 2012 року.

Об'єктом дослідження виступає політичний імідж та його роль в політичному процесі.

Предметом дослідження є зміст, механізми та специфіка використання імідж-технологій в конкретних політичних процесах, зокрема у виборчому процесі, в процесі функціонування державної влади, в процесі формування лідерства.

Методи дослідження визначаються потребою комплексного аналізу теми та базуються на використанні міждисциплінарного підходу. В основі дослідження природи політичного іміджу лежить методологічна парадигма, заснована на положеннях діалектичної логіки. Принцип взаємодії протилежностей на конструктивних засадах виступив методологічною основою в аспекті визначення ірраціонального та раціонального факторів впливу на процес формування політичного іміджу.

Системний аналіз дозволив всебічно дослідити політичний імідж, виявити унікальні та універсальні елементи іміджевого позиціонування з метою обґрунтування системної цілісності даного феномену. Застосування структурно-функціонального методу для визначення функціональних зв'язків політичного іміджу мав особливе значення для визначення основ легітимації політичної влади. Розгляд політичного іміджу в рамках функціонування політичної системи дозволив проаналізувати взаємовідносини влади та громадськості через механізм зворотнього зв'язку.

Інституційний метод застосовувався при розкритті особливостей використання іміджевих технологій у політичному процесі, виділенні ефективних моделей взаємодії держави із громадськістю. Дослідження політичного іміджу в рамках політичних інститутів дозволяє виявити специфічні чинники регулювання іміджевих технологій та визначити статус окремих політичних акторів.

Порівняльний аналіз впроваджений для співставлення особливостей використання імідж-технологій в межах окремих культурно-політичних спільностей, що забезпечило перевірку конкретних системних якостей досліджуваного поняття.

Історичний метод використовувався при визначенні специфіки використання імідж-технологій в певних координатах часу та простору.

Спрямованість на розробку оптимальної, ефективної іміджевої моделі, адаптованої до умов вітчизняного політичного процесу, обумовило використання методу моделювання. Результат моделювання політичних процесів слугував фундаментом теоретичного аналізу, отримання знання про сутнісні властивості, параметри імідж-технологій та порядок їх використання у вітчизняному політичному процесі.

Наукова новизна одержаних результатів. У межах дисертаційного дослідження були досліджені питання, які досі не отримали достатньої розробки у науковій літературі та не набули статусу загальноприйнятих принципів у політичній практиці.

Дисертаційна робота є комплексним дослідженням специфіки використання імідж-технологій в аспекті їх впливу на конкретні політичні інститути та процеси.

Це дало змогу сформулювати наступні висновки, які характеризуються науковою новизною і розкривають базову концепцію дисертації:

Вперше:

- визначено особливості використання політичних технологій, виходячи із змісту іміджування в конкретних політичних процесах: в контексті виборчої політичної боротьби та реалізації публічної політики владними суб'єктами. Проаналізовано функціональні можливості іміджування в контексті налагодження соціального діалогу між владою та суспільними інститутами, визначено роль імідж-технологій в процесі встановлення порядку зміни владної еліти та перерозподілу владних ресурсів;

- доведено функціональну роль політичного іміджу в процесі легітимації політичної влади;

- розроблено оптимальну іміджеву модель здійснення державної влади, узгоджену з легітимаційними вимогами до створення умов ефективної взаємодії суспільних та політичних інститутів; визначено, що формування ефективної іміджевої моделі ґрунтується на становленні режиму відкритості та прозорості функціонування державної влади, гарантуванні реалізації принципу зворотнього зв'язку із населенням в процесі реалізації публічної політики, здійсненні владного управління на засадах компетентності, етичності професійної поведінки та ефективному втіленні політичних програмних настанов;

- окреслено політико-правову базу застосування імідж-технологій у вітчизняному політичному процесі та особливості нормативного регулювання в рамках парламентської виборчої кампанії 2012 року. Запропоновано порядок здійснення правового захисту в контексті протидії впливу маніпулятивних імідж-технологій. Проаналізовано основні елементи іміджевих стратегій та особливості іміджевого позиціонування вітчизняних партій в рамках виборчого процесу 2012 року.

- сформульовано пропозиції щодо впровадження іміджевої моделі влади, застосовної на принципах відкритості та прозорості порядку взаємодії влади із громадськістю. Зокрема, наголошено на таких політико-правових заходах, як: удосконалення законодавчого регулювання використання іміджевих технологій,

мінімізації деструктивного впливу в рамках політичного процесу, вдосконалення моделей та механізмів ефективного публічного діалогу, впровадження механізмів електронного врядування в політичну систему України.

Уточнено:

- політологічне розуміння структури іміджевої стратегії та інструментів впливу в залежності від детермінант передвиборчої ситуації;
- основні тенденції в сфері використання імідж-технологій в національно-культурному політичному просторі;
- головні принципи лідерського та партійного іміджевого позиціонування в рамках вітчизняного виборчого процесу;
- основні фактори підвищення ролі політичних технологій в процесі вироблення стилю професійного управління, зокрема через узгодження програмних заяв із практикою їх реалізації, впровадження заходів громадського контролю та експертизи, вдосконалення механізму впливу громадськості на прийняття владних рішень, вчасного та повного задоволення інформаційних потреб населення;
- функціональні можливості іміджевих технологій щодо активізації громадської підтримки державних програм та стратегій.

Дістало подальший розвиток:

- дослідження концептуальних засад впливу іміджевих технологій на процес оновлення політичної системи;
- визначення основних позицій теоретичного осмислення поняття політичного іміджу у вітчизняному науковому дискурсі;
- визначення методологічної основи вивчення порядку використання іміджевих технологій;
- рекомендації щодо заповнення прогалин в процесі законодавчого регулювання застосування імідж-технологій у вітчизняному політичному процесі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що представлена робота пропонує моделі та механізми підвищення політичної ролі імідж-технологій в аспекті системної взаємодії інституту виборів, державного управління та функціонування інститутів громадянського суспільства. Вироблення комплексної іміджевої моделі направлено на підвищення рівня легітимності та унормування порядку суспільної взаємодії.

Положення і висновки дисертаційного дослідження можуть бути використані в процесі консультування владних структур, політичних організацій, колективних та індивідуальних політичних акторів. Результати дисертаційного дослідження можуть бути використані у навчальному процесі при викладанні курсів з політології, іміджології, політичних технологій, інформаційної політики у вищих навчальних закладах, а також у науково-дослідній роботі.

Апробація результатів дисертації. Матеріали дисертаційної роботи були представлені на наукових симпозиумах, наукових та науково-практичних конференціях: «Досягнення соціально-гуманітарних наук в сучасній Україні» (Дніпропетровськ, 2011 р.), «Розвиток політичної науки: європейські практики та національні перспективи» (Чернівці, 2011 р.), «Лідерство в державному управлінні» (Одеса, 2011), «Перший національний конвент українського відділення міжнародної асоціації студентів політичної науки» (Одеса, 2011 р.), «Теоретичні та

практичні проблеми забезпечення сталого розвитку державності та права» (Одеса, 2012), «Правове життя сучасної України» (Одеса, 2012, 2013 pp.).

Основні положення та висновки дисертаційного дослідження обговорювались на засіданнях кафедри соціальних теорій Національного університету «Одеська юридична академія» (2011 – 2013 pp.).

Публікації. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження викладено у 13 одноосібних публікаціях автора, зокрема 6 з них – у виданнях, визнаних фаховими з політичних наук, що вийшли в Україні та Російській Федерації.

Структура роботи обумовлена специфікою об'єкту і предмету дисертаційного дослідження. Дисертація складається із вступу, чотирьох розділів основної частини, які поділяються на 10 підрозділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи складає 215 сторінок. Список використаних джерел містить 236 найменувань (24 сторінки).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **Вступі** обґрунтована актуальність теми дисертаційного дослідження, визначено його об'єкт і предмет, сформульовані мета та завдання, методологічні основи дисертаційного дослідження, визначена наукова новизна, практичне значення та охарактеризована апробація одержаних результатів.

У **першому розділі «Стан та основні напрямки дослідження ролі іміджу в політичному процесі»** аналізуються еволюція уявлень про зміст поняття «імідж», передумови його теоретичного означення та місце в структурі суспільно-політичного знання.

У *підрозділі 1.1. «Становлення теорії іміджу у наукових дослідженнях»* проаналізовано основні етапи становлення наукового дискурсу, в рамках якого формувалась теорія іміджування.

Осмислення феномену іміджу у політичному процесі стало наслідком глибинних тенденцій розвитку публічного дискурсу. В цьому аспекті теоретичні та методологічні прийоми, закладені в працях Платона, Н. Макіавеллі, Ф. Бекона, Ж.-Ж. Руссо, створили основу для вивчення політичного іміджу. Деякі змістовні позиції в рамках дослідження природи політичного іміджу містяться в класичних працях з теорії масового суспільства, зокрема Г. Лебона, Х. Ортеги-і-Гассета, Е. Фромма, Г. Маркузе.

Осмислення іміджу в рамках постмодерністської наукової парадигми, що проголосила основним суспільно-політичним ресурсом інформацію, дозволяє віднести теорії Д. Белла, Ж. Бодріяра, Г. Д. Лассуелла, Г. Мак-Люена, Ю. Габермаса до концептуальних основ дослідження публічної сфери.

У *підрозділі 1.2. «Сучасні тенденції розвитку теорії політичного іміджу»* проаналізовано особливості виділення теорії іміджу в контексті дослідження політичного процесу. Автором відзначено, що на даному етапі розвитку іміджології наукові дослідження в цій сфері коректно відносити до політологічних теорій середнього рівня, які у порівнянні з загальнотеоретичними конструкціями обмежені відносно автономною предметною сферою дослідження.

Сучасні розробки в сфері політичного іміджування та імідж-технологій, їх впровадження в аспекті лідерства, виборчого процесу, управлінської діяльності пов'язані з іменами таких науковців як О. В. Бабкіної, В. М. Бебика, В. В. Бугрима, М. Й. Варій, Д. Видріна, В. П. Горбатенка, Т. В. Джиги, Л. І. Кормич, В. Г. Королько, Л. О. Кочубей, В. В. Недбая, О. В. Сосніна, А. О. Силенко, Г. Г. Почепцова, О. М. Шерман та багатьох інших.

У висновках до першого розділу визначається, що управління іміджевою динамікою як пріоритетний напрямок наукового аналізу вводить в поле дослідження технології формування політичного іміджу та механізми їх використання в політичному процесі з метою підвищення ролі конкретних суб'єктів цього процесу. Аналіз особливостей впровадження іміджевих моделей в політичному процесі дозволив спрогнозувати зміну впливу політичних акторів на порядок функціонування політичних інститутів та на форми організації суспільно-політичної практики.

У другому розділі **«Теоретичні підходи до розуміння імідж-технологій у сучасному політичному процесі»** проаналізовано основні поняття іміджології з метою визначення концептуальних засад дослідження політичного іміджу в рамках вітчизняного політичного процесу. Висвітлено науково-теоретичні та методологічні аспекти аналізу політичного іміджу та політичних імідж-технологій.

У підрозділі 2.1. *«Категоріальний апарат іміджології»* розкрито основні аспекти концептуального оформлення категорій політичного іміджу та імідж-технологій в структурі наукового знання. Технологічний характер функціонування іміджу у політичному просторі дозволяє визначити імідж як стереотипний образ, сформований в результаті взаємодії політичних акторів з громадськістю. Політичні імідж-технології представляють собою сукупність методів, способів та процедур формування політичного іміджу з метою завоювання, реалізації та утримання політичної влади.

У підрозділі 2.2. *«Методологія сучасних іміджевих досліджень»* визначено теоретико-методологічні основи вивчення політичного іміджу. Виділено політико-психологічний, маркетинговий та комунікативний підходи до осмислення природи даного феномену.

Для маркетингового підходу характерне перенесення ґрунтовних положень класичної економічної теорії в поле здійснення політичного вибору. Політико-психологічний підхід до визначення природи політичного іміджу дозволив проаналізувати ефективність технологічного впливу на суспільну поведінку за умови застосування законів формування психологічних образів. Комунікативний підхід дозволяє розширити методологічне поле аналізу за рахунок включення в процес дослідження законів встановлення ефективного зв'язку між політичними агентами.

Метод системного аналізу дозволив визначити структурні елементи політичного іміджу, виявити та типологізувати зв'язки даного явища. Інституційний метод розкрив функціональну основу розвитку нормативної практики використання іміджевих технологій, виділення стабільних моделей взаємодії держави та суспільства. Метод моделювання виступив основним інструментом визначення найбільш значущих ознак політичного іміджу та імідж-технологій через

узагальнення доступної інформації та виведення за аналогією з реальними політичними процесами ефективної іміджевої моделі.

У висновках до другого розділу зазначається, що зміст категорії імідж-технологій у політичному процесі визначається згідно із логікою раціонального управління. Визначено, що до основних форм здійснення технологічного впливу в процесі іміджування належать зв'язки із громадськістю (PR), політична реклама, пропаганда та політичні акції. Кожна із зазначених форм втілюється у специфічному наборі методів та способів впливу.

У третьому розділі **«Політико-правові засади застосування імідж-технологій»** проаналізовано політичний імідж як ключовий елемент політичної взаємодії через розкриття значення імідж-технологій у процесі легітимації владного впливу та регуляції політичного процесу в аспекті встановлення меж даної взаємодії.

У підрозділі 3.1. *«Політичний імідж як складова публічної взаємодії»* розкривається значення іміджування в процесі встановлення системи зв'язків між політичними та суспільними інститутами.

До основних факторів, які визначають рівень політичної легітимності належать: відповідність політичних інститутів традиціям та цінностям суспільної організації, ефективність норм та процедур в умовах певної політичної системи та існування оптимальної іміджевої моделі влади.

Основою легітимаційного впливу виступає режим відкритості та прозорості прийняття владних рішень. Встановлено, що демократизація публічної взаємодії обумовлюється розширенням доступу громадськості до участі в процесі формування владних рішень. Інституціональне значення виборів полягає у виявленні суспільної оцінки роботи діючої політичної команди. Невиконання політичними акторами взятих на себе зобов'язань створює передумови для підвищення впливу опозиційних сил. Політична відповідальність як результат оцінки ефективності реалізації задекларованого курсу належить до основних факторів демократизації політичної системи.

У підрозділі 3.1. *«Нормативне регулювання імідж-технологій: сучасний стан та перспективи розвитку»* визначено керівні засади формалізації порядку взаємодії держави із громадянським суспільством.

Проаналізовано законодавчо визначені методи налагодження конструктивного публічного діалогу, до яких належать громадські та громадсько-професійні експертизи проектів нормативно-правових актів, консультації з представниками громадських організацій, спілок, недержавних засобів масової інформації. Вказані форми організації публічного діалогу належать до системоутворюючих іміджевих технологій, які ґрунтуються на залученні громадян до процесу прийняття управлінських рішень у міжвиборчий період. Особливого значення етичний компонент іміджевої стратегії набуває в контексті застосування норм антикорупційного законодавства щодо дій окремих посадовців. Формування ефективної антикорупційної політики має на меті підвищити рівень довіри до владних інституцій. Підвищенню рівня прозорості та відкритості політичної взаємодії сприяє встановлення в законодавстві зобов'язання оприлюднення публічними особами інформації щодо власних фінансових активів та інтересів.

Регулювання порядку використання іміджевих технологій у виборчому процесі формалізовано у нормах оновленого законодавства про вибори. В основі нормативного регулювання проведення іміджевих виборчих кампаній лежить принцип гарантування правового захисту репутації політичних акторів через обмеження використання недостовірної негативної інформації про особу кандидата або партію.

Встановлено, що правовий захист від розповсюдження компрометуючих відомостей відбувається в рамках процедури спростування або реалізації права на відповідь. Визначено тенденції розвитку вітчизняного законодавства про вибори в напрямку посилення регуляційного впливу для обмеження використання деструктивних та маніпуляційних імідж-технологій, що підривають основи проведення демократичних виборів на паритетних засадах. Іміджеві регулятиви в контексті здійснення державного управління та реалізації публічної політики ґрунтуються на принципах гармонізації порядку взаємодії влади із громадськістю, формалізації елементів політичної професійної етики у законі.

У висновках до третього розділу запропоновані перспективні напрямки законодавчого регулювання, до яких належить сфера лобіювання суспільних інтересів та розширення громадського контролю за процесом виконання владних рішень. Особливого значення в цьому плані набуває оновлення законодавчої бази, направленої на вираження громадянської позиції в формі мирних зібрань, мітингів, демонстрацій.

У четвертому розділі **«Імідж-технології: специфіка використання в конкретних політичних процесах»** імідж розглянуто в контексті визначення його ролі в рамках інститутів політичного лідерства, виборів та в рамках процесу політичної взаємодії влади із суспільством.

У підрозділі 4.1. *«Особливості конструювання імідж-технологій в формуванні політичного лідерства»* імідж розглядається як єдине комплексне джерело інформації про політичного лідера. Характер сприйняття та оцінки якостей політичного актора обумовлюється специфікою форм та способів його поведінки, ситуаційних факторів та порядку взаємовідносин лідера із конституентами. Дослідження процесу іміджування в інституційному вимірі політичного лідерства пов'язано із осмисленням значення політичної харизми в умовах сучасної політичної реальності.

Створення іміджу політичного лідера на основі архетипних форм дозволило включити ірраціональний компонент в поле політичної презентації. Технологічне значення архетипу полягає у його відносній стійкості та символічності. Імідж, створений на архетипній основі, відображає особливості національно-культурної традиції світосприйняття.

Дихотомія архетипних образів знаходить вираження в двох протилежних за змістом техніках міфотворення – героїзації та демонізації. В свою чергу, процес іміджування розгортається за певним сценарієм, що відповідає основним канонам героїчного міфу.

У підрозділі 4.2. *«Основні механізми використання та роль імідж-технологій у виборчому процесі»* – визначено роль імідж-технологій у виборчому процесі. Концептуальне осмислення виборчого процесу за допомогою інструментарію

політичного маркетингу дозволило виділити наступні елементи іміджевої стратегії: позиціонування, сегментацію та диференціацію. Зміст іміджевої стратегії визначається в залежності від детермінант передвиборчої ситуації, до яких належать тип виборчої системи, електоральна історія округу, конфігурація політичних сил, рівень активності виборців і т. д.

Автором зазначено, що принцип дискредитації суперників в процесі політичної боротьби складає основу негативних іміджевих кампаній, однією з ключових ознак яких слугує деструктивний характер впливу. Деструктивність як наслідок застосування політичних технологій означає порушення традиційних суспільних зв'язків, посилення апатії та нігілізму серед населення. Негативізація іміджу суперника в процесі виборчої боротьби, в цілому, не суперечить принципам формування демократичної виборчої моделі, в даному аспекті деструктивність виступає показником невирішеності внутрішніх конфліктів політичної системи.

Практика реалізації виборчої стратегії об'єднує в собі різні за змістом та формою імідж-технології, до яких належать технологія «мішені», «навішування ярликів», популізм і т. д.

У підрозділі 4.3. «Парламентські вибори 2012: партійне позиціонування та політичні технології» автором визначено основні тенденції розвитку іміджування в національно-культурному політичному просторі. Дослідження процесу ідентифікації партій у політико-ідеологічному, культурно-регіональному, ідейно-політичному контекстах в рамках парламентської кампанії 2012 дозволяє визначити основні тенденції іміджування у вітчизняному політичному просторі. Автор зазначає, що оновлення виборчого законодавства в плані підвищення прохідного бар'єру, позбавлення права утворювати виборчі блоки вплинуло на конфігураційне розподілення політичних сил в координатах влада – опозиція, **визначило** основу іміджевого позиціонування партій-монополістів.

У підрозділі 4.4. «Іміджування в процесі функціонування державної влади» проаналізовано специфіку використання політичних імідж-технологій в процесі встановлення соціального діалогу влади із суспільством. Іміджування в процесі функціонування державної влади інституалізується в рамках різноманітних суспільних практик, в основі яких – встановлення ефективного публічного діалогу влади із громадськістю. Встановлено, що розгляд державної влади як сфери громадянського контролю сприяє виникненню спеціальних іміджевих технологій, направлених на вироблення стилю професійного та ефективного управління. Реалізація іміджевої стратегії полягає в використанні комплексу заходів з публічного позиціонування, які направлені на узгодження програмних заяв політичних акторів із практикою їх реалізації в процесі урядування.

Імідж державної влади існує у двох проекціях: як комплексний культурно-політичний феномен та як образне відображення управлінського стилю діючої владної команди.

До іміджевих технологій, що застосовуються в сфері функціонування державної влади належать заходи із налагодження двохстороннього діалогу між владою та населенням. Реалізація принципу системності в аспекті встановлення зворотнього зв'язку інституалізується в формі опитування, громадської експертизи та консультацій, публічних акцій протесту та підтримки і т. д.

У висновках до четвертого розділу встановлено, що впровадження механізму соціального партнерства між владою та громадськістю включає в себе комплекс заходів, до яких належать робота із засобами масової інформації, встановлення зв'язків із підприємствами, організаціями, місцевими органами самоврядування, управління в умовах кризових ситуацій.

У **висновках** підводяться підсумки проведеного дослідження, визначаються його перспективні напрямки. Зокрема, підкреслюється, що:

1. У відповідності до поставлених в дисертації завдань проаналізовано основні віхи в історії розвитку іміджевого наукового дискурсу, а саме: розглянуто еволюцію категорії іміджу в рамках активізації концепцій масового та інформаційного суспільства, теорій, об'єднаних положеннями постмодерністської етики щодо віртуальності політичного іміджу. Технологічний аспект процесу іміджування розкривається через переосмислення положень різноманітних теорій управління, зокрема політичного менеджменту, маркетингу та кібернетичної теорії. Звернення до положень національних елітарних концепцій представляється актуальним в контексті осмислення ролі політичного іміджу у вітчизняному політичному процесі скрізь призму національної управлінської етики.

2. Стан іміджевої теорії в структурі наукового знання обумовив тенденцію до виділення іміджелогії в якості фундаментальної дисципліни, яка поєднує в собі досягнення політології, соціальної психології, культурології. Однак, аналіз сутнісних ознак сучасних іміджевих досліджень дозволяє зробити висновок, що останні не достатньо ґрунтовні для виділення їх в якості загальної всеохоплюючої теорії іміджу, натомість сучасні дослідження політичного іміджу відповідають атрибутивним ознакам політологічних теорій середнього рівня. Теоретичні положення політичної іміджелогії направлено на розкриття технологічних аспектів шляхом узагальнення реальної політичної практики, при цьому, як і більшість теорій середнього рівня, вони мають у розпорядженні методологічний інструментарій окремих наук для виходу за рамки емпіричного узагальнення.

3. До основних теоретико-методологічних підходів в сфері вивчення природи комплексного феномену політичного іміджу належать політико-маркетинговий, політико-психологічний та політико-комунікативний напрямки, кожен із яких вміщує специфічний інструментальний комплекс, необхідний для створення загальної моделі іміджу в політологічному вимірі. Маркетинговий політичний аналіз дозволяє визначити закономірності іміджевого позиціонування в умовах політичної конкуренції; політико-психологічний підхід направлено на розкриття певних закономірностей суспільної поведінки в процесі здійснення політичного вибору та реалізації управлінських стратегій; комунікативний вимір вміщує положення, необхідні для визначення системоутворюючих зв'язків та чинників ефективної суспільної взаємодії влади із громадськістю.

4. Інституалізація теоретичних розробок в сфері іміджування дозволяє виділити ґрунтовні позиції в аспекті розкриття значення основних категорій політичної іміджелогії. Поняття політичного іміджу в вітчизняному науковому дискурсі розглядається як форма відображення об'єкту, як модель та інструмент пізнання та як вид соціального управління. Аналіз ролі іміджу в політичному процесі призводить до визначення останнього як образу, сформованого в результаті

взаємодії політичних акторів із громадськістю. Політичні імідж-технології представляють собою сукупність методів, способів та процедур формування політичного іміджу з метою завоювання, реалізації та утримання політичної влади.

5. Аналізуючи характер взаємозв'язку політичного іміджу та легітимності політичної влади, можна виділити фактори, що впливають на процес легітимації: відповідність політичних інститутів традиціям та цінностям суспільної організації; ефективність норм та процедур в умовах даної політичної системи та існування оптимальної іміджевої моделі влади.

6. В ході дослідження виділено два основні види іміджевих технологій, в залежності від їх значення в політичному процесі: виборчі – направлені на завоювання влади та системоутворюючі, направлені на поступовий стратегічний розвиток політичних інституцій. Аналіз політико-правової бази застосування іміджевих технологій у виборчому процесі дозволяє виділити основні сфери регулювання відносин, пов'язаних із реалізацією іміджевих стратегій. До першого нормативного блоку належать регулятиви, направлені на обмеження технологічного впливу під час виборів, до другого – норми, які регулюють процес прийняття владних рішень у міжвиборчий період.

Проведене дослідження новел виборчого законодавства демонструє тенденцію до посилення регуляційного впливу в сфері використання деструктивних та маніпуляційних іміджевих технологій. Правовий захист реалізується в рамках двох різних за значенням порядків: спростування недостовірної інформації про політичних акторів та реалізації права на відповідь при необхідності надання обґрунтованих пояснень з приводу розповсюдження інформації, компрометуючої політичного суб'єкта.

До регулятивів, направлених на оптимізацію порядку реалізації системоутворюючих іміджевих технологій, належать норми, які містять методи налагодження конструктивного публічного діалогу, зокрема через впровадження заходів проведення громадської та громадсько-професійної експертизи, консультацій, задоволення інформаційних запитів населення і т. д.

Запропоновано заповнити прогалини в регулюванні процесу іміджування, зокрема ті, що стосуються порядку проведення публічних зборів, мітингів та демонстрацій. А саме – визначити порядок проведення протестних акцій та встановити перелік обмежень права на мирні зібрання. Вказані заходи направлено на мінімізацію маніпуляційного впливу, що пов'язаний із використанням адміністративного ресурсу.

7. Визначено, що до основних факторів, які визначають зміст стратегії формування іміджу політичного лідера, належать особистісні риси, ситуаційні чинники, стиль управлінської діяльності, виражений у порядку встановлення взаємовідносин лідера із конституентами. Крім того, формування іміджу політичного лідера ґрунтується на положеннях техніки, що знаходить відображення в процесах героїзації та демонізації.

8. Функціонування політичних акторів в ринковому політичному просторі дозволяє виділити наступні елементи іміджевої стратегії: позиціонування, сегментацію та диференціацію.

9. Дослідження вітчизняного виборчого процесу на прикладі парламентських виборів 2012 дозволило визначити основні тенденції формування політичного іміджу у вітчизняному політичному процесі, які полягають у наступному: оновлення законодавства про вибори, зокрема впровадження змішаної виборчої системи, сприяло популяризації використання технологій багатовекторного іміджевого позиціонування, тобто створення іміджу з регіональною специфікою, а підвищення прохідного бар'єру обумовило позиціонування великих партій в координатах влада – опозиція.

10. Іміджування в процесі функціонування державної влади ґрунтується на засадах встановлення конструктивного публічного діалогу влади із громадськістю, що забезпечується за допомогою встановлення зворотнього зв'язку у формі опитування, громадської експертизи, консультацій, публічних акцій протесту.

Аналіз процесу іміджування державної влади дозволяє виділити декілька проєкцій в дослідженні: імідж як комплексний культурно-політичний феномен, сформований на основі стереотипного уявлення про владу, важко піддається змінам, але більш динамічним представляється імідж, який являє собою проєкцію реалізації публічної політики провладною політичною командою. До перспективних напрямків реформування відносимо впровадження інституту електронного урядування, який сприятиме виробленню якісно нових форм здійснення іміджевого позиціонування державної влади, що пов'язано із високими технологічними можливостями даного інституту в аспекті встановлення зворотнього зв'язку із населенням.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

1. Купцова І. І. Становлення та сучасні тенденції розвитку теорії іміджу в політичному дискурсі / І. І. Купцова // Гілея : зб. наук. пр. / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : ВПІ УАН, 2011. – Вип. 49. – С. 570 – 575.
2. Купцова І. І. Символічний вимір іміджу в сучасній політиці / І. І. Купцова // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. – Одеса : Фенікс, 2012. – Вип. 46. – С. 236 – 242.
3. Купцова І. І. Імідж-технології в системі політичних технологій / І. І. Купцова // Актуальні проблеми політики : зб. наук. пр. – Одеса : Фенікс, 2013. – Вип. 48. – С. 225 – 233.
4. Купцова И. И. Имидж-технологии политического лидерства: особенности реализации в современном политическом процессе / И. И. Купцова // Научный вестник МГИИТ. – Москва, 2013. – №1(21). – С. 61 – 67.
5. Купцова І. І. Імідж-технології у виборчих кампаніях: формування електоральної стратегії / І. І. Купцова // Гілея : зб. наук. пр. / гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : ВПІ УАН, 2013. – Вип. 75. – С. 435 – 437.
6. Купцова І. І. Парламентські вибори 2012: партійне позиціонування та політичні технології / І. І. Купцова // Перспективи. Соціально-політичний журнал. – Одеса, 2013. – 2(56). – С. 68 – 73.
7. Купцова І. І. Історія становлення та сучасні тенденції розвитку теорії іміджу в політичному дискурсі / І. І. Купцова // Досягнення соціально-гуманітарних наук в сучасній Україні : матер. всеукр. наук. конфер. – Д. : ТОВ «Інновація», 2011. – С. 38 – 42.
8. Купцова І. І. Імідж державного службовця у сучасному суспільстві / І. І. Купцова // Лідерство в державному управлінні : збірник доповідей щорічних Рішельєвських академічних читань (Одеса, 21–23 вересня, 2011 року) / ред. кол.: В. В. Толкованов (голов. ред.) [та ін.]. – Одеса : Юридична література, 2012. – С. 250 – 253.
9. Купцова І. І. Технології формування іміджу політика у сучасному виборчому процесі / І. І. Купцова // Перший національний конвент українського відділення Міжнародної асоціації студентів політичної науки : збірник тез (24–25 березня 2011 року, Одеса) // Національний університет «Одеська юридична академія». – Одеса : Фенікс, 2011. – С. 60 – 62.
10. Купцова І. І. Технології формування іміджу політика у сучасному виборчому процесі / І. І. Купцова // Розвиток політичної науки : європейські практики та національні перспективи : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції студентів та аспірантів. 3 березня 2011 р., м. Чернівці. – Чернівці : Букрек, 2011. – С. 128 – 130.
11. Купцова І. І. Символічний вимір іміджу в сучасній політиці / І. І. Купцова // Правове життя сучасної України : матер. Міжнар. наук. конф. проф.-викл. складу (Одеса, 20–21 квітня 2012). Т.1 / відп. за випуск д.ю.н., проф. В. М. Дрьомін / Націон. ун-т "Одеська юридична академія". – Одеса : Фенікс, 2012. – С. 323 – 234.
12. Купцова І. І. Теоретичні підходи до розуміння імідж-технологій у сучасному політичному процесі / І. І. Купцова // Теоретичні та практичні проблеми

забезпечення сталого розвитку державності та права : матер. Міжнар. наук. конф. (Одеса, 30 листопада 2012 р.) Т.1 / відп. за випуск д.ю.н., проф. В. М. Дрьомін ; Націон. ун-т "Одеська юридична академія". – Одеса : Фенікс, 2012. – С. 287 – 289.

13. Купцова І. І. Роль архетипу в процесі формування іміджу сучасного українського політика / І. І. Купцова // Правове життя сучасної України : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (16–17 травня 2013 р.). Т.1 / відп. за випуск д.ю.н., проф. В. М. Дрьомін ; Націон. ун-т "Одеська юридична академія". – Одеса : Фенікс, 2013. – С. 238 – 240.

АНОТАЦІЯ

Купцова І. І. Імідж-технології в політичному процесі сучасної України. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Національний університет «Одеська юридична академія». – Одеса, 2013.

Дисертація є комплексним дослідженням використання імідж-технологій у вітчизняному політичному процесі. У дисертаційній роботі імідж-технології проаналізовано в контексті визначення їх ролі у політичному процесі як основного чинника налагодження ефективного діалогу між владними та суспільними інститутами. З метою розкриття ролі імідж-технологій визначено політико-правові засади їх застосування у вітчизняному політичному процесі через проекцію публічної взаємодії в ході легітимації владного впливу та проекцію нормативної регуляції технологічного впливу в сфері політики.

З метою повного комплексного дослідження імідж-технологій у сучасному політичному процесі України, політичний імідж представлено в рамках інституційного аналізу політичного лідерства, виборчого процесу та процесу функціонування державної влади. В роботі проаналізовано основні елементи іміджевих стратегій та особливості іміджевого позиціонування вітчизняних партій в рамках виборчого процесу 2012 року. В контексті дослідження політичного іміджу як фактора ефективного функціонування державної влади сформульовані пропозиції щодо впровадження іміджевої моделі влади, заснованої на принципах відкритості та прозорості порядку взаємодії влади із суспільством.

Ключові слова: політичний імідж, політичні імідж-технології, імідж політичного лідера, імідж політичних партій, імідж державної влади, політична взаємодія.

АННОТАЦИЯ

Купцова И. И. Имидж-технологии в политическом процессе современной Украины. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – политические институты и процессы. – Национальный университет «Одесская юридическая академия». – Одесса, 2013.

Диссертация является комплексным исследованием использования имидж-технологий в отечественном политическом процессе. В диссертационной работе имидж-технологии проанализированы в контексте определения их роли в политическом процессе как основного фактора установления эффективного диалога между властью и общественными институтами. Определена роль имидж-технологий в процессе установления порядка смены власной элиты и перераспределения ресурсов власти.

С целью раскрытия роли имидж-технологий определены политико-правовые основы их применения в конкретных политических процессах через проекцию публичного взаимодействия в ходе легитимации власти и проекцию нормативной регуляции технологического влияния в сфере политики. В рамках исследования порядка регулирования отношений, связанных с использованием имидж-технологий в политическом процессе Украины, проанализированы нормы, направленные на ограничение технологического влияния в период выборов и нормы, регулирующие процесс принятия политических решений в межвыборный период.

Политический имидж представлен в рамках институционального анализа политического лидерства, выборов и государственной власти. В работе проанализированы основные элементы имиджевых стратегий и особенности имиджевого позиционирования политических партий в рамках избирательного процесса. В рамках исследования политического имиджа как фактора эффективного функционирования государственной власти сформулированы предложения по внедрению имиджевой модели власти, основанной на принципах открытости и прозрачности порядка взаимодействия власти с обществом.

Определены особенности формирования имиджа в условиях избирательного процесса. Исследование отечественного избирательного процесса на примере парламентских выборов 2012 г. позволяет выявить основные тенденции формирования политического имиджа в отечественном политическом процессе, которые заключаются в следующем: обновление законодательства о выборах, в частности внедрение смешанной избирательной системы, способствовало активизации использования технологий многовекторного имиджевого позиционирования, то есть создания имиджа с региональной спецификой, а повышение проходного барьера обусловило позиционирование крупных партий в координатах власть – оппозиция.

В процессе исследования порядка использования избирательных имиджевых технологий сформулированы ограничения распространения недостоверной и/или негативной информации о личности кандидата, предложена эффективная стратегия защиты в случае нарушения данных ограничений. К регулятивам, направленным на оптимизацию порядка реализации системообразующих имиджевых технологий, относятся нормы, содержащие методы налаживания конструктивного публичного диалога, в частности путем внедрения мер по проведению общественной и общественно-профессиональной экспертизы, консультаций, удовлетворения информационных запросов населения.

Политические имидж-технологии исследуются в аспекте раскрытия системности характера влияния на отечественный политический процесс: имиджирование объединяет элементы управления, позиционирования и

взаимодействия с обществом. Определена роль имидж-технологий как элемента внедрения демократических ценностей в контексте определения содержания и динамики процесса легитимации властного влияния.

Обосновано значение имиджирования как механизма социального партнерства государства и общества, который в свою очередь приближает государство к модели правового и стимулирует дальнейшую институционализацию гражданского общества. Политические имидж-технологии рассматриваются как факторы оптимизации политического процесса и его отдельных конкретных типов в современной Украине.

Ключевые слова: политический имидж, политические имидж-технологии, имидж политического лидера, имидж политических партий, имидж государственной власти, политическое взаимодействие.

SUMMARY

Kuptsova I. I. Image Technologies in the political process of modern Ukraine. – Manuscript.

The thesis for a candidate degree in speciality 23.00.02 - political institutions and processes. - National University "Odessa Law Academy". – Odessa, 2013.

The thesis is a comprehensive study of image-technologies usage in the national political process. The thesis comprises analysis of image-technologies through determination of their role in political process as a major factor of establishment an effective dialogue between authorities and public institutions. In order to disclose the role of image-technologies political and legal grounds for their usage in national political process are determinated through projection of public interaction in the process of authority legitimation and projection of normative regulation of technologic impact in politics.

For the purpose of comprehensive complex study of image technologies in current political process of Ukraine, political image is represented within the frame of institutional analysis of political leadership, elections and government. The thesis comprises analysis of main elements of image strategy and peculiarities of image positioning of national parties during electoral process in 2012. Within the frame of political image study as a factor of effective functioning of government the proposals for introduction of authorities image patterns, applied on principles of open and transparent interaction between government and society, are defined.

Keywords: political image, political image-technologies, image of political leader, image of political parties, image of government, political interaction.